



世界 70 カ国以上、200 以上のエンターテインメント施設を展開する大手 IR 事業者
ハードロック・インターナショナル、J.D. パワーが発表した
「2019 North America Hotel Guest Satisfaction Study」
最高級ホテル部門で第 1 位に選出

世界 70 カ国以上にて 200 以上の施設を展開するハードロック・インターナショナル(本社:フロリダ州・ハリウッド、会長:ジム・アレン)は、7月24日にJ.D. パワーが発表した「2019 North America Hotel Guest Satisfaction Study」(2019年北米ホテル宿泊客満足度調査)の Upper Upscale Hotel Chains (最高級ホテル部門)で第1位に選出されました。本調査は、85 のホテルを対象に実施され、ゲストの満足度、支持、忠誠心を元にランク付けするもので、ハードロック・インターナショナルは今年初めて調査対象となりました。



ハードロックホテルは、ホスピタリティー産業をリードする存在として世界的に認知されており、ワールドクラスのエンターテインメント、モダンなデザイン、他に類を見ないサービス、そしてハードロックブランド独自のアメニティを楽しむことができる場所です。世界屈指のロケーションに 28 のホテルと 11 のカジノを構え、ハードロックは今後 5 年間で 2 倍の規模に拡大することを目指しています。ブランドの成功はトレードマークともいえる音楽だけではなく、誠実さ、慈善活動、そしてハードロックホテルでしか得られない体験によってもたらされたのです。

ハードロック・インターナショナルの上級副社長 Dale Hipsh は、今回のランクインに関して次のようにコメントしています。「ハードロックの全員が今回の選出を受けて興奮しています。私たちはあらゆる世代が楽しめる音楽体験を提供していきたいと考えています。どのホテルにもストーリーがあり、その地域を代表して、地元の文化、音楽とアーティストの歴史などについて世界中から訪れるゲストに知っていただくことになります。このたび、ゲストの皆様が、私たちの持つビジョンを認め、感謝してくださっていることを確信することができました。唯一無二のハードロックホテルブランドを築き上げるために支援してくださった素晴らしいホテル運営スタッフ、オーナー、ゼネラルマネージャーの皆様我心から感謝いたします。」



1971年の創立以来、ハードロックブランドは常に音楽と慈善活動を基本的なコンセプトとして据えて活動をしてきました。ハードロックホテルにとって、音楽はブランドのハートで、慈善活動がソウルです。ハードロックは、ブランドの基礎となる4つのモットー「Love All - Serve All」、「Take Time To Kind」、「Save The Planet」、「All Is One」に従って、世界中の様々な慈善活動を支援し、より良い世界のために尽力します。Hard Rock Heals Foundationはこれらのモットーを守り、音楽の力と寄付によって、地域社会に恩返しをすることを目指して設立されました。

J.D. パワーによる調査では、総合的にゲストの満足度を判断するために様々な要素が考慮されています。ハードロックホテルは、ゲストルーム、予約、飲食、費用の分野で高いランクを獲得し、ユニークなブランディングが現代の旅行者から高く評価されていることが明らかになりました。各宿泊施設では、無料のCrosley製ターンテーブルまたはフェンダーギターを使用したSound of Your Stay®音楽プログラムといった、多くのハードロックブランドシグニチャー商品やアメニティをご用意しています。画期的なRockOm®室内ヨガプログラムでは、DJ Drezのキュレーションプレイリストに合わせて、ビギナー向けのヨガレッスンを楽しむこともできます。ランキングは2018年5月から2019年5月にかけてホテルに宿泊した約44,890人の回答を集計したものです。2019 North America Hotel Guest Satisfaction Studyについての詳細は、サイトよりご覧ください。 <http://www.jdpower.com/pr-id/2019114>

ハードロック・インターナショナルの日本法人、ハードロック・ジャパン(本社:東京都港区、代表取締役社長:町田亜土)は、「ハードロック・エクスペリエンス」という構想とともに、ハードロックならではの“音楽をDNAに”、子どもからシニアまで幅広い世代が楽しめるリゾートの開発を北海道で行うことを目指しております。「ハードロック・エクスペリエンス」は、日本の現代の文化を尊重し、同時にハードロックが将来的に日本に提供できる音楽、スポーツ、ホスピタリティ、エンターテインメントへのビジョンを示すものとなります。ハードロック社のIRが日本および世界各地からのゲストを北海道に誘客すると同時に、苫小牧が道内各地および日本各地へのゲートウェイになることを目指しています。ハードロック・ジャパンは、2018シーズンより日本プロサッカーリーグに加盟するプロサッカークラブの「北海道コンサドーレ札幌」のオフィシャルトップパートナーです。また、今年度より北海道の働く女性を応援するプロジェクト「HATAJOラボ」の活動を支援しています。ハードロック・ジャパンについての詳細は、公式ホームページ(HardRock.co.jp)よりご覧ください。

■Hard Rock®について

ハードロック・インターナショナル(以下、HRI)は現在、計73カ国において184軒のカフェ、237軒のRock Shop®、28軒のホテル、11軒のカジノなどを運営する国際的に高い認知を獲得している企業の一つです。エリック・クラプトンのギターに始まり、ロック・ポップ音楽界のミュージシャンの記念品を多数所有しており、世界各国の施設で展示しています。また、コレクターも多いアパレルや音楽関連のグッズのほか、著名アーティストのコンサートやイベント会場としても使用される「Hard Rock Live®」でも広く知られています。HRIは全てのハードロックブランドの国際商標を所有し、「ハードロックカフェ」をロンドン、ニューヨーク、サンフランシスコ、シドニー、ドバイなどの主要都市にて所有あるいは運営(フランチャイズ契約も含む)しています。また、世界中にあるハードロックホテルなどの所有あるいは運営(フランチャイズ契約も含む)も行っております。親会社であるザ・セミノール・トライブ・オブ・フロリダが所有・運営するタンパとハリウッドの大型リゾートを筆頭に、アトランティックシティ、プンタカナ、バリ、カンクン、デイトナビーチ、デサルコースト、イビザ、ロンドン、オランダ、深センなどの世界中の様々なロケーションで施設を運営しています。さらに今後は、イギリスのピカデリーサーカス、ネパールのカトマンズ、日本の京都、パラグアイのアスンシオン、インドのチャンディーガルに「ハードロックカフェ」、アムステルダム、ベルリン、ブダペスト、ダブリン、ロスカボス、マドリッド、モルディブ、ニューヨークシティ、オタワ、サクラメント、大連、海口に「ハードロックホテル」の開業を予定しています。2018年から2年連続、Forbesが選ぶ「米国で女性にとって最も良い雇用者」のひとつに選ばれています。また、今年4月には、Forbesが選ぶ「米国の最高の雇用主」のひとつに選ばれました。

URL: www.hardrock.com